

# Os elementos narrativos simbólicos dos contos de fadas nos jingles infantis

## Herom Vargas

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Municipal de S. Caetano do Sul (USCS), autor de *Hibridismos musicais de Chico Science & Nação Zumbi* (Ateliê Editorial, 2007) e organizador dos livros *Mutações da cultura midiática* (Paulinas, 2009) e *Linguagens na mídia: transposição e hibridização como procedimentos de inovação* (EDIPUCRS, 2013). Vice-presidente da seção latino-americana da International Association for the Study of Popular Music – IASPM-AL.

E-mail: [heromvargas@terra.com.br](mailto:heromvargas@terra.com.br)

## Danuza Pessoa Polistchuk

Mestre em Comunicação pela Universidade Municipal de São Caetano do Sul – USCS (apoio CAPES), especialista em Marketing pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) e publicitária também pela USCS. É professora no curso de Publicidade e Propaganda da Escola de Comunicação da USCS.

E-mail: [danuzapessoa@hotmail.com](mailto:danuzapessoa@hotmail.com)

**Resumo:** Neste artigo, buscou-se identificar os elementos narrativos simbólicos dos contos de fadas, com base naqueles estudados por V. Propp, nas letras e nos textos musicais de cinco jingles infantis. A análise musical observou se as emoções sugeridas pelo texto sonoro, conforme P. N. Juslin (2001), reforçam a temática das letras. Outra teoria usada foi a Semiótica da Cultura, especificamente I. Lotman (1996), no que se refere às funções do texto e à modelização como estratégia de inovação.

**Palavras-chave:** Jingles; Conto de fadas; Música; Propaganda.

**Title:** The symbolic narrative elements of fairy tales in infant jingles

**Abstract:** In this article, we tried to identify the symbolic narrative elements of fairy tales in the lyrics and the musical texts of five infant jingles, based on those studied by V. Propp. The analysis observed if the emotions suggested by the sound text reinforces the lyrics themes, according to P. N. Juslin (2001) theory. Other theory used was The Semiotic of Culture, specifically I, Lotman (1996), in what it refers on the text functions and the modelling as an innovation strategy.

**Keywords:** Jingles; Fairy tales; Music; Advertising.

## Introdução

Os jingles se destacam no Brasil desde a autorização da publicidade, feita em 1932, pelo governo de Getúlio Vargas. É notável sua importância para o desenvolvimento da linguagem publicitária brasileira e do mercado publicitário nacional. Com a popularização dos meios de comunicação eletrônicos, passaram a fazer parte da programação das emissoras de rádio e TV e da vida dos ouvintes. Apesar de estarem a serviço de marcas e produtos e terem objetivos mercadológicos predefinidos, são canções, compostas por letra e por texto musical (melodia, voz, efeitos sonoros etc.). As letras, geralmente, são simples, objetivas e apresentam os benefícios centrais dos anunciantes. O texto musical ambientaliza, envolve e busca suscitar sensações em quem ouve.

Para o pesquisador Patrick Juslin (2001), a música pode sugerir aos ouvintes as emoções: alegria, ternura, tristeza, raiva e medo, a partir de sinais expressivos apontados nas partituras das peças, que explicitam a maneira de tocar. Pela *performance* dos músicos indicadas por tais sinais, os ouvintes têm condições de perceber a sugestão dessas emoções, sem as sentirem no momento da escuta.

Para prender a atenção dos ouvintes e permanecer na memória, os criadores dessas peças usam, entre outras estratégias, temas que fazem parte do imaginário coletivo. Um desses temas são os contos de fadas, narrativas que sobrevivem ao tempo e às mudanças sociais e estão presentes em diversos produtos culturais. Ao longo da história, os contos foram reapresentados com mudanças, para se adequarem aos agentes sociais. Apesar das mudanças sofridas, eles atuam como textos culturais e seus códigos permanecem vivos na memória de gerações.

Vladimir Propp (2001), em sua análise de cem contos eslavos, percebeu que os contos seguem certas constâncias. Os elementos constantes são as funções das personagens, independente da maneira que executam. O autor pôde observar que há três elementos narrativos que se repetem em quase todos os contos: o herói, o antagonista e o auxiliar mágico. Esses elementos narrativos simbólicos, com o passar do tempo, também sofreram mudanças, seja para acompanhar as mudanças na sociedade ou para se adequarem à estruturalidade dos sistemas que os utilizam.

Sendo os jingles peças da comunicação de marcas e produtos e músicas passíveis de sugerirem emoções; e sendo os elementos narrativos simbólicos dos contos de fadas textos culturais que podem ser utilizados como conceitos criativos, chegou-se à problemática deste artigo, expressa na questão: como os elementos narrativos simbólicos dos contos de fadas aparecem nos jingles infantis e como são reforçados no texto musical?

Assim, buscou-se reconhecer os elementos narrativos simbólicos dos contos de fadas nas letras e nos textos musicais dos jingles de comerciais infantis, tentando demonstrar se há predominância de algum tipo desses elementos, como os elementos constituintes do jingle o apresentam e se é possível identificar na estrutura musical sinais expressivos que sugerem emoções que reforcem tais elementos reconhecidos nas suas letras.

Como fonte de peças publicitárias para análise, foi escolhido o site Clube do Jingle (2015), administrado pelo publicitário Fabio Dias, com um acervo de cerca de 350 peças e por ter sido reconhecido pela contribuição para a pesquisa e memória fonográfica do Brasil. A pesquisa exploratória no site levantou todos os jingles infantis criados para comunicar marcas e produtos destinados à criança. Do total de 350 peças, foram encontradas 22 que se enquadraram na categoria infantil. Depois, analisou-se o conteúdo das letras para identificar em quais poderiam ser reconhecidos qualquer um dos três elementos narrativos simbólicos dos contos de fadas (herói, antagonista e auxiliar mágico). Dos 22 jingles analisados,

foi possível reconhecer cinco peças em que a relação foi estabelecida e que se tornaram o *corpus* da pesquisa: o jingle do produto Cremogema (1983), o da marca de calçados infantis Ortopé (2010), o da fabricante de material escolar Faber Castell (1995), o da fabricante de brinquedos Estrela (1987) e o da mascote Ronald McDonald (1988), da lanchonete McDonald's. Depois da análise das letras, foi realizada a análise semiótica (conforme a teoria da semiótica da cultura) para verificar como ocorreu o processo de modelização dos elementos narrativos simbólicos encontrados e como foram representados. Na sequência, foi feita a análise do texto musical, em duas etapas: na primeira, analisaram-se as partituras das peças para verificar os sinais expressivos contidos, as emoções que poderiam ser sugeridas por eles e estabelecer relação de como essas emoções encontradas poderiam acentuar o reconhecimento dos elementos narrativos simbólicos nas letras; a segunda etapa foi feita por meio da escuta das gravações em áudio, para analisar como os elementos sonoros das peças (vozes, alturas, timbres e efeitos sonoros) contribuíam também para intensificar tais elementos.

Os referenciais teóricos e autorais utilizados neste artigo foram: V. Propp (2001), para o reconhecimento dos elementos narrativos simbólicos nas letras; I. Lotman (1996) e a semiótica da cultura, para a análise semiótica das letras do corpus; e P. N. Juslin (2001), para a análise do texto musical quanto às emoções sugeridas.

### Música e emoção

Muitos autores pesquisam a relação entre música, sugestão e percepção de emoções. A *performance* do intérprete, sua postura, conhecimentos prévios, habilidades e formação cultural foram pesquisadas por Scherer e Zentner (2001), Woody e McPherson (2001) e Juslin (2000) para entender como esses fatores influenciam na sugestão de emoções.

A maneira como o ouvinte percebe e interpreta a sugestão de emoções também foi estudada por pesquisadores, como: Pellon (2008), Scherer e Zentner (2001), Juslin et al. (2008), entre outros.

Embora o intérprete e o ouvinte sejam importantes nesse processo de música e emoção, para esta pesquisa, a teoria que melhor se molda aos objetivos é a formulada por P. N. Juslin (2001), que incide sobre a estrutura e a composição musical. O autor compilou algumas dicas (*cues*) que ao serem utilizadas na estrutura musical, podem contribuir para a sugestão e a percepção de cinco emoções básicas: alegria, tristeza, ternura, raiva e medo. Essa teoria tem como ponto de partida a música ocidental, predominantemente tonal, e não pode ser aplicada a todos os tipos de música. Em um gráfico cartesiano, Juslin (2001) apresenta as dicas, em que o eixo X representa a atividade, que pode ser alta ou baixa, e relaciona-se a quanto a emoção pode afetar o ouvinte, e o eixo Y representa a valência, que pode ser positiva para as emoções boas, e, negativa para as emoções ruins. Segundo essa teoria, o tempo, o andamento e a articulação são dicas presentes em todas as emoções sugeridas. Além disso, ela mostra que as emoções alegria e raiva podem afetar mais facilmente o ouvinte, enquanto ternura e medo são mais difíceis de atingi-lo. Outras dicas, como nível de som, extensão de vibrato, *staccato*<sup>1</sup>, ataques às notas, final ralentando etc., dependem da emoção que se pretende sugerir. Para o autor, quanto maior for o número de dicas utilizadas, maior será a possibilidade de o ouvinte perceber a emoção que o músico está sugerindo.

### O conto de fadas

Os contos de fadas são narrativas presentes em diversas culturas no mundo todo. Com origem nos povos europeus antigos, foram transmitidos de povo a povo, de geração a geração, e transformaram-se em códigos culturais. Como códigos, são ricos em símbolos, o que os tornam passíveis de interpretações diversas.

<sup>1</sup> É um tipo de articulação em que, em uma sequência de notas rápidas, cada uma delas deve ser nitidamente destacada das outras. A execução dessas notas é feita sem que as teclas do piano sejam pressionadas até o fim, proporcionando, para quem ouve, uma sensação de aceleração na música.

Pela análise da semiótica da cultura, essas narrativas podem ser consideradas textos, conforme explica o semiotista russo Iuri Lotman:

O texto se apresenta a nós não como a realização de uma mensagem em uma linguagem única qualquer, e sim como um complexo dispositivo que guarda variados códigos, capaz de transformar as mensagens recebidas e de gerar novas mensagens, um gerador informacional que tem características de uma pessoa com um intelecto altamente desenvolvido (LOTMAN, 1996, p. 82).

Para o autor, o que está fora desse texto pode ser: outro texto, o próprio leitor (que é também um texto), ou até mesmo o contexto cultural. Esse texto externo é que, na maioria das vezes, trará sentido ao texto observado. Ele está sempre dialogando com outros, em um processo de construção e renovação.

Das três funções do texto definidas por Lotman, a função de geração de sentido se adapta muito bem aos contos de fadas. Para o autor, parte-se do que resulta do contato entre texto e ruído. A característica heterogênea do texto produz o jogo com os códigos que o decifram, e, ao contato com o destinatário, geram-se novos sentidos. O texto cresce e tem seu sentido alterado com esse contato, e o ruído passa a ser uma possibilidade de renovação. Os contos de fadas, como textos, ao longo do tempo e do contato com outros textos, foram se estruturando em uma linguagem característica, mas não rígida, gerando novos contos e novos sentidos. Talvez seja por isso que essas narrativas foram encontradas em diversas regiões, com algumas diferenças, mas com muitas semelhanças também, e compõem hoje o que é considerada como literatura clássica infantil.

Outra função do texto que os contos de fadas cumprem bem é a mnemônica. Nela, o texto está ligado à memória da cultura. Ele conserva certas estruturas anteriores e assim mantém e reproduz a lembrança. Ao mesmo tempo que pode ser transformado e alterado em contato com novos textos, sua capacidade de transformar subtextos em símbolos integrais, e até autônomos, que atuam livremente no campo cultural, faz com que cumpra a função de memória da cultura. O símbolo pode ser passado sem perder sua essência. Ao analisar os contos de fadas, pode-se dizer que eles romperam o tempo e preservaram durante séculos a sua linguagem e os seus símbolos. Transmitidas de geração a geração, essas histórias se mantêm vivas na memória coletiva da cultura.

Além dessas duas funções do texto, o processo de modelização é importante para que esses símbolos permaneçam em nossa sociedade. Esse fenômeno ocorre desde sempre para que os códigos culturais possam ser aceitos em diversas culturas e em tempos diferentes. Os textos sofrem alterações em sua estruturalidade, gerando assim novos textos, em função da codificação de outro sistema. Irene Machado afirma que a “modelização é a chave para compreender a produção de mensagens resultantes das relações entre as mais variadas linguagens ou os mais variados sistemas semióticos da comunicação social” (MACHADO, 2003, p. 150). Pode-se entender que a estruturalidade de um texto é mudada para se adequar à linguagem de outros textos, ou seja, ela se transforma. Assim, é possível compreender porque os contos de fadas são amplamente reapresentados, com algumas mudanças, em diversos produtos culturais de nosso tempo.

Assim como os contos de fadas, os elementos narrativos simbólicos também são muito utilizados. O folclorista Vladimir Propp analisou cem contos eslavos e classificou as funções dos personagens em 31, que ele chamou de “elementos narrativos constantes”. Para a análise, o autor não partiu do enredo e nem das personagens em si, pois essas mudam apenas de nome, mas as suas funções permanecem as mesmas.

Ao analisar as funções propostas pelo autor, é possível reconhecer três elementos narrativos simbólicos constantes: o herói, o antagonista e o auxiliar mágico. Essas narrativas simbólicas possuem o herói como personagem central, que se destaca da sociedade e a quem é dada uma missão; os antagonistas, que querem afastá-lo do seu propósito; e o auxiliar mágico, que o ajuda em sua saga.

Segundo Propp (2001), o herói é submetido a provas no decorrer do caminho. As provas variam muito, mas é antes delas que o herói recebe o auxiliar mágico, que pode ser entregue a ele de várias formas, por uma pessoa, um animal ou coisa diferente, a que o autor chamou de “doador”.

O auxiliar mágico também pode ser várias coisas diferentes, como pessoas, objetos, animais, ou poderes especiais que vão dar ao herói subsídios durante sua trajetória. Apesar de Propp ter caracterizado esse elemento narrativo como “mágico”, o auxiliar não precisa necessariamente estar relacionado com magia ou algo sobrenatural. Ele pode ser um sábio que transmite conhecimento ou um animal que auxilia na fuga. Independente de como, ele chegará até o herói em dado momento e o ajudará em seu caminho.

Sobre o antagonista do herói, pode-se dizer que é todo aquele que tenta atrapalhá-lo e é possível haver mais de um antagonista durante toda a sua trajetória. Os antagonistas podem surgir no início da história e podem ser o motivo que leva o herói a sair de casa; podem aparecer no meio para atrapalhar o êxito do herói; ou no fim da narrativa, quando ele está no regresso, dificultando a sua volta para casa.

### **Análise dos resultados**

Neste trabalho, foram analisados cinco jingles infantis com o objetivo de reconhecer, nas letras os elementos narrativos simbólicos e as sugestões de emoção na música de acordo com esses elementos.

#### **a) Jingle Cremogema:**

Foi possível reconhecer o herói representado pela Chapeuzinho Vermelho, o antagonista na figura do lobo mau, e o auxiliar mágico como o produto anunciante. Os trechos da letra que possibilitaram o reconhecimento do herói foram: “ah seu lobo, faz com Cremogema” e “só se você ficar bonzinho”. No primeiro, Chapeuzinho Vermelho introduz o produto na narrativa, que mais tarde servirá como o auxiliar mágico e que a ajudará a vencer o lobo. Ela demonstra sua coragem, quando, ao encontrá-lo no meio do caminho, enfrenta-o e sugere que ele use o produto Cremogema para fazer o mingau em vez de utilizar as crianças. Na segunda frase, a garota o desafia ainda mais, como se não deixasse escolha a ele quando diz que só o deixará comer o mingau feito com Cremogema se ele ficar bonzinho. Aqui, a heroína demonstra a sua segurança, uma característica comum aos heróis.

A representação do lobo mau pode ser dividida em três momentos. No primeiro, ele se auto intitula mau e é possível reconhecê-lo pela citação da cantiga: “Eu sou o lobo mau, lobo mau, lobo mau, e pego as criancinhas pra fazer mingau”. Nesse trecho, o antagonista tenta atrapalhar a heroína, ameaçando que fará mingau com ela e as demais crianças. O segundo momento apresenta um lobo suscetível à mudança, e pode ser percebido pelo trecho: “Também quero”. Essa frase refere-se ao desejo do lobo de experimentar o mingau feito à base do produto anunciado, marcando a sua transformação para o grupo do herói. A confirmação de sua mudança vem no fim da peça, quando o lobo diz: “Bom demais”. Nesse trecho, ele já se tornou bonzinho e pôde experimentar o mingau feito com Cremogema.



O auxiliar mágico, representado pela figura do produto anunciado, pode ser reconhecido pelos trechos: “Cre, Cremogema, Cremogema é a coisa mais gostosa deste mundo”. Cantado por um coro infantil, ele apresenta as qualidades do produto, que servem como apelo racional para que o lobo deixe de comer crianças e passe a comer mingau preparado com Cremogema. Outro ponto importante nesse reconhecimento é a fala da vovozinha: “é nutritivo, tem vitaminas e sais minerais”, que reforça os atributos racionais do produto, contribuindo igualmente para a mudança do lobo.

No texto musical foi possível observar que as vozes dos intérpretes contribuem para o reconhecimento dos elementos narrativos simbólicos. A voz da Chapeuzinho Vermelho é aguda e a intensidade de sua fala transmite ora ternura, ora segurança. A voz do lobo mau é grave e, em princípio, sugere imagens sonoras obscuras. No decorrer da peça, ele muda a forma como fala, passando a ser mais suave e reforçando sua transformação. A voz das crianças do coro e da vovozinha são agudas e suaves, e contribuem para o reconhecimento do produto como o auxiliar mágico.

A partitura da peça (Figura 1) contribui para o reconhecimento do herói. O jingle foi composto em modo maior, em Dó (C), e tocado em piano e bateria. O modo maior, a maneira como o piano é tocado e as vozes agudas infantis contribuem para que a peça possa sugerir a emoção alegria. Ela também possui andamento rápido, alto nível de som e a articulação *staccato* do sexto ao décimo primeiro compasso, que ajudam a promover a sugestão de aceleração da música, que pode ser relacionada à saga heroica, geralmente repleta de acontecimentos e muito dinamismo. As sugestões da emoção alegria e de aceleração contribuem para que se relacione o jingle à saga heroica, que, apesar de alternar entre momentos tranquilos e de tensão, tem, em sua maioria, um final feliz, com a vitória do herói sobre o antagonista e a conquista daquilo que ele foi buscar, o que também ocorre nesse jingle.

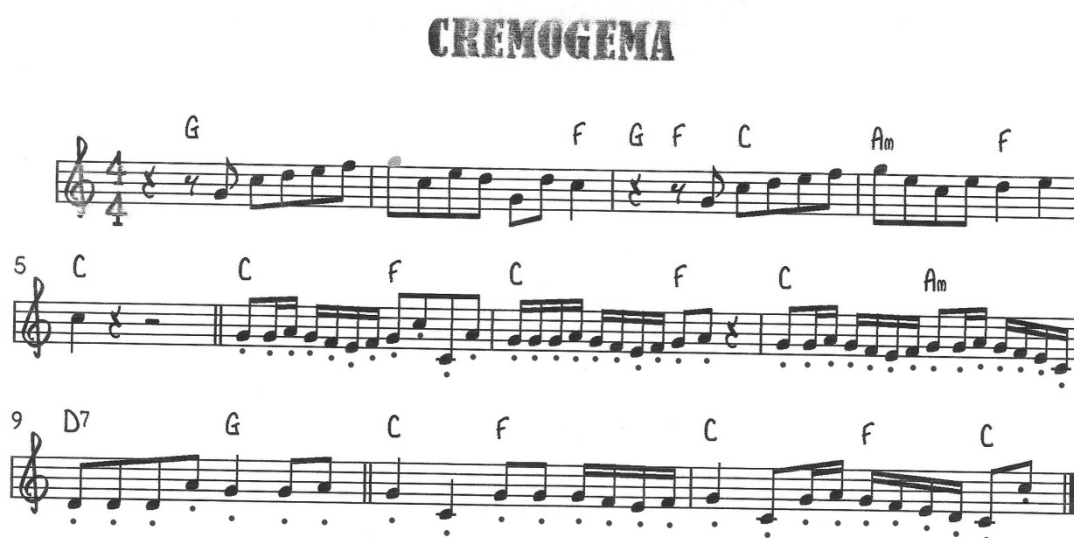


Figura 1: Partitura do jingle Cremogema

#### b) Jingle Ortopé:

Foi possível reconhecer o herói, representado pelas crianças que cantam o jingle e pelas que consomem o produto, e o auxiliar mágico, na figura da marca anunciante. Sobre o auxiliar mágico, é possível reconhecê-lo no trecho: “Olha eu aqui/ Embelezando o seu caminho/ A mesma alegria / Sempre o mesmo carinho”. A marca é apresentada como aquela que transforma o caminho da criança em

algo mais bonito e mais alegre. Assim como um fiel escudeiro, ela acompanha o consumidor em sua trajetória, ajudando-o “com carinho”.

Embora não haja citação direta ao herói, pode-se reconhecê-lo de maneira implícita na peça como o consumidor criança, porque é ele quem fará uso da marca e do produto. Na letra, a frase cantada pelas crianças: “toda criança ama, toda criança quer”, auxilia nesse reconhecimento. O trecho demonstra que a criança conhece a marca, sabe de sua importância em sua trajetória e, por isso, deseja que ela esteja ao seu lado.

No texto musical, alguns elementos podem contribuir para o reconhecimento do herói e do auxiliar. No momento em que as crianças cantam a frase “o mesmo carinho”, há uma improvisação sobre o acorde de Mi Maior (E) sobrecaindo no acorde Lá Maior (A), que pode ser relacionado ao efeito sonoro, comumente utilizado em filmes e áudios do conto *Cinderela*, para representar a ação da varinha de condão, o que reforça o reconhecimento do auxiliar mágico. As vozes agudas infantis do coral reforçam a alegria da saga heroica.

O jingle é tocado em piano, e conforme a partitura (Figura 2), não possui variação de tempo e foi composto em modo maior, Mi (E), que pode sugerir que o ouvinte o relacione com a alegria. Até o penúltimo compasso, o baixo é tocado com articulação *staccato*, que sugere ao ouvinte certa aceleração na peça. Embora não seja descrita na letra, a aceleração sugerida pela articulação pode ser relacionada a uma saga heroica, que no meio do caminho, possui diversos momentos de agitação e intensa atividade do herói. A maneira como o piano é tocado também auxilia na relação do jingle com a emoção alegria.

## Ortopé

Staccato Renato Teixeira

5 A D G C F B E A

9 G D A D G D G D A D

Figura 2: Partitura do jingle Ortopé

### c) Jingle Faber Castell:

A música *Aquarela*, sucesso de Toquinho, foi utilizada como jingle da marca Faber Castell. Após a análise da letra, foi possível reconhecer o herói, na figura das crianças que cantam a peça e nas que consomem o produto, e o auxiliar mágico, representado pela marca anunciante. A letra descreve as aventuras imaginárias de uma criança, como se vivenciasse tudo aquilo que é possível em sua imaginação. É possível fazer essa relação em toda a letra, até a fala do locutor. As crianças, em um devaneio, saem de barco navegando pelo mar, estão em um castelo ou voam

nas asas de uma gaivota. Nesse jingle, é possível também relacioná-lo ao herói do tipo buscador, que vive as aventuras que ele mesmo procurou.

O auxiliar mágico pode ser relacionado à marca Faber Castell e reconhecido na citação do locutor: “Faber Castell. Sua companhia para escrever, desenhar e pintar”. Nesse trecho, pode-se fazer a associação de que a marca estará ao lado do herói consumidor sempre que ele criar suas próprias aventuras.

Quanto ao texto musical, as vozes contribuem para o reconhecimento do herói e do auxiliar mágico. O jingle é cantando por um dueto infantil, composto por uma voz feminina e outra masculina. As vozes são agudas, comuns na infância, e, cantadas com suavidade, transmitem leveza e clareza. A voz grave do locutor traduz a credibilidade da marca. Apesar disso, a suavidade de sua fala é como se convidasse o ouvinte para algum lugar mágico ou de sonhos, onde é possível imaginar as aventuras que se quiser e vivenciá-las com ajuda de Faber Castell.

Os sinais expressivos da partitura (Figura 3) sugerem a emoção ternura, que pode ser relacionada às experiências vividas pelo o herói com a ajuda de Faber Castell. Essa ternura sugerida pode remeter o ouvinte aos bons tempos da infância e até causar certo sentimento de nostalgia. Observa-se que a peça foi composta em modo maior, Fá sustenido (F#), seu tempo é moderado e possui baixo nível de som. A articulação *legato*<sup>2</sup> está presente em diversos compassos da música, o que confere uma continuidade, sem acelerá-la, possibilitando a sugestão de leveza e de ternura. O uso da flauta doce, instrumento com timbre suave, e os acentos sobre notas estáveis (tônicas) também contribuem para essa suavidade, que também permite a associação com a emoção ternura.

<sup>2</sup> Articulação presente na partitura com o objetivo de fazer com que as notas sejam tocadas ligadas, sem que haja interrupções ou pausas entre elas.

## Aquarela



Figura 3: Trecho da partitura da música Aquarela, base para o jingle Faber Castell

### d) Jingle Brinquedos Estrela:

Nesse jingle, é possível reconhecer o herói e o auxiliar mágico. O herói pode ser relacionado às crianças que cantam em coro e aos consumidores mirins dos produtos da marca Estrela. É possível fazer essa associação em dois trechos. No primeiro: “[...] e a gente brincando feliz. A vida é um sonho e o sonho é da gente. Criança estrelando feliz”. Ao cantar que a vida é um sonho, uma fantasia, algo que se pode vivenciar por meio da imaginação, assim como acontece nos contos de fada, a criança admite ser o protagonista de suas aventuras, igualmente como ocorre com os heróis das narrativas simbólicas infantis. O segundo trecho que permite o reconhecimento é: “toda criança tem uma estrela dentro do coração”. Nessa frase de duplo sentido, em um deles, a criança tem a estrela dentro dela, ou seja, ela já nasceu para vencer e ser feliz, não importando as adversidades que ela encontre no meio do caminho, assim como o herói.

O auxiliar mágico pode ser reconhecido nas frases iniciais do jingle: “A Estrela é nossa companheira, nossa brincadeira, nossa diversão. A Estrela entende a gente e traz sempre pra gente uma nova invenção”. A criança reconhece a companhia



da marca em suas aventuras, afirmando que ela traz sempre algo de bom, algo novo que a ajuda a vivenciar as aventuras que sonha. A criança ainda afirma que a marca a entende, o que sugere que é uma companheira que dá suporte naquilo que ela precisa.

No encerramento do jingle, há um efeito sonoro que pode ser associado à representação da ação de uma fada madrinha ou de qualquer outra personagem que esteja relacionada ao tema magia/encantamento e que reforça o reconhecimento do auxiliar mágico como a anunciante. O jingle é cantado em coro por crianças com vozes agudas ao longo dos dois minutos, o que sugere clareza e alegria à peça. Elas cantam com alegria e intensidade forte, o que pode sugerir vitalidade e energia, características comuns ao herói, reforçando o seu reconhecimento.

Após a análise da partitura (Figura 4), pode-se considerar o andamento da peça como *moderato*, com pequena variação do nível de som, em modo maior e algumas variações de tonalidade no decorrer da música Si (E), Fá (F) e Sol bemol (Gb). A articulação *legato* pode contribuir para o reconhecimento da ternura e sugerir continuidade, sem que a música pareça acelerada. Essa característica pode ser relacionada ao auxiliar mágico. Nos contos, eles são amigos e companheiros do herói. Nos casos das fadas madrinha, a ternura é característica dessa personagem, na maioria das vezes. O ataque de notas estáveis (tônicas) contribui para a harmonia da música e a sensação de continuidade da narrativa musical, que possibilita conforto auditivo, sem quebras bruscas e repentinas.

## Brinquedos Estrela

Luiz Orquestra



Figura 4: Trecho da partitura do jingle Brinquedos Estrela

e) Jingle Ronald McDonald:

Nessa peça, é possível reconhecer o auxiliar mágico e o herói. O auxiliar mágico pode ser relacionado à mascote Ronald McDonald e é possível fazer essa associação em três trechos. No trecho: “Com o Ronald McDonald viver é saboroso/ Ele é sempre um bom amigo/Colorido, companheiro e mostra um nobre coração”, ele é apresentado como um grande amigo, que está sempre disposto a ajudar, porque tem um nobre coração. Um companheiro para todas as horas, que torna a vida mais alegre e divertida e que está ao lado do herói quando ele precisar. O segundo trecho que colabora para o reconhecimento do auxiliar mágico é a frase: “A gente gosta dele pelo astral que ele nos traz”. Aqui, além de o auxiliar ajudar o herói nos momentos em que ele precisa, encoraja-o com um bom astral mostrando o lado positivo da sua aventura. O mesmo acontece em certos contos em que o auxiliar é um ancião ou um mestre que dá conselhos sábios ao herói e o anima para seguir em frente. O terceiro trecho de reconhecimento é: “O Ronald é

o nosso amigão”. A frase reafirma que a mascote é o amigo fiel do herói (criança), porque além de ser cantada em coro por crianças, o substantivo amigo é utilizado na forma superlativa, o que denota que é alguém muito estimado por elas.

O reconhecimento do herói não é explícito, mas é possível relacioná-lo às crianças, especialmente no trecho: “Eu gosto de inventar/Histórias geniais/Com Ronald McDonald/Brincar nunca é demais”. Embora não seja uma citação direta, a frase sugere que a criança inventa as suas próprias histórias e as vivencia, contando sempre com o apoio de Ronald McDonald.

No texto musical há dois trechos musicais tocados por orquestra que podem sugerir uma ilustração das histórias imaginadas pelas crianças. O primeiro é uma valsa, comum em filmes e desenhos animados quando se deseja representar o estilo de dança do balé clássico. O segundo é uma música alegre, comumente utilizada em produtos midiáticos com a intenção de sugerir passagens de circo. As vozes são mistas. Alguns trechos são cantados por vozes adultas femininas, outros por masculinas e outros por crianças. A maioria das vozes são agudas e sugerem alegria. Há uma voz masculina grave e com intensidade forte que canta o trecho “A gente gosta dele pelo astral que ele nos traz”, que pode sugerir vivacidade, coragem e segurança.

A partitura (Figura 5) traz alguns sinais expressivos que contribuem para o reconhecimento dos elementos narrativos simbólicos. A peça foi composta em modo maior, Dó (C), possui um tempo acelerado, com pequena variação, com contraste entre notas curtas e longas e o uso da articulação *staccato* em muitos compassos, que pode sugerir aceleração para quem ouve. Essa aceleração pode ser relacionada à aventura, que geralmente é dinâmica e repleta de acontecimentos no meio do caminho. O alto nível de som e a forma como o piano é tocado reforçam a sugestão da emoção alegria, marcada por um solo crescente do instrumento no décimo primeiro compasso. Essa emoção também pode ser sugerida pela marcação do instrumento prato, em diversos trechos da música, que confere dinamismo e alto nível de som à peça. Embora o elemento narrativo predominante na letra seja o auxiliar mágico, a emoção alegria sugerida no texto musical reforça o reconhecimento do herói e de sua aventura. O herói sempre conta com o auxiliar mágico, que torna seu caminho mais agradável e mais fácil de ser percorrido. Essa relação de confiança estabelecida entre eles e a alegria que ela proporciona são descritos em vários trechos da letra.

## MCDONALDS RONALD

CRISPIN DEL CISTIA - RENATO TEIXEIRA



Figura 5: Trecho da partitura do jingle Ronald McDonald

### Considerações finais

A pesquisa possibilitou reconhecer, nesse *corpus* representativo de cinco jingles, a predominância do herói e do auxiliar mágico. Isso se justifica por se tratar de propaganda, que tem como objetivos prender a atenção dos ouvintes e tentar causar atitude favorável dos consumidores em relação aos anunciantes.

O herói pôde ser relacionado às crianças consumidoras e o auxiliar mágico aos anunciantes. Essa relação se explica, igualmente, pelos objetivos de mercado de quem anuncia. Ao mostrarem os consumidores como protagonistas e apresentarem marcas/produtos como amigos que ajudam os consumidores a conquistar aquilo que desejam, as propagandas musicadas utilizam essa relação como estratégia de comunicação para envolver o ouvinte e fazer despertar nele simpatia pela marca e/ou produto anunciados.

No texto musical, foi possível reconhecer, predominantemente, a sugestão das emoções alegria e ternura. Essa sugestão pôde reforçar o reconhecimento dos elementos narrativos simbólicos presentes nas letras. As emoções positivas sugeridas nas músicas envolvem o consumidor, suscitam lembranças agradáveis e trazem à tona sentimentos bons. Assim, pôde-se compreender que, quanto ao *corpus* analisado, a sugestão das emoções medo, tristeza e raiva não compactuam com os objetivos dessas peças, sobretudo, por terem como público de interesse as crianças. Foi possível também identificar os sinais expressivos contidos nas partituras que puderam contribuir para o reconhecimento das sugestões das emoções.

Processos de criação e inovação foram reconhecidos nas peças analisadas a partir da adoção do conceito de modelização, na análise semiótica dos elementos narrativos simbólicos. Esses elementos sofreram alterações e foram ressignificados em função dos objetivos das propagandas, para se adequarem à estruturalidade desse sistema. Dessa forma, a sua ressignificação, tendo o consumidor como herói e a marca ou o produto anunciante como auxiliar mágico, dá a esses elementos novo uso, conferindo a essas peças caráter de inovação.

Foi possível também perceber que a relação entre letra e música é de complementaridade, no que diz respeito à persuasão e ao encantamento. As letras utilizam, geralmente, o discurso lógico-racional, ao apresentarem os benefícios centrais que os públicos de interesse terão ao consumir as marcas e os produtos anunciados. As músicas utilizam recursos que as tornam alegres e envolventes, que suscitam emoções boas e agradáveis. Apesar disso, não é possível estabelecer o limite que distingue até que ponto ela apenas serve como elemento que desperte emoção. Assim, letra e música servem, simultaneamente, como argumentos racionais e emocionais, que persuadem e encantam o ouvinte.

### Referências Bibliográficas

CLUBE DO JINGLE. Disponível em: <<http://www.clubedojingle.com/>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

\_\_\_\_\_. Cremogema, 1983. Disponível em: <<http://www.clubedojingle.com/portfoliosets/alimentacao>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

\_\_\_\_\_. Ortopé, 2010. Disponível em: <<http://www.clubedojingle.com/portfoliosets/vestuario>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

\_\_\_\_\_. Faber Castell, 1995. Disponível em: <<http://www.clubedojingle.com/portfoliosets/brinquedos>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

\_\_\_\_\_. Estrela, 1987. Disponível em: <<http://www.clubedojingle.com/portfoliosets/brinquedos>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

\_\_\_\_\_. Ronald McDonald, 1988. Disponível em: <<http://www.clubedojingle.com/portfoliosets/restaurantes>>. Acesso em: 31 jul. 2015.

JUSLIN, P. N. Cue utilization in communication of emotion in music performance: relating performance to perception. *Journal of experimental psychology: human perception and performance*, v. 26, n. 6, p. 1797-1813, 2000.

\_\_\_\_\_. Communicating emotion in music performance: a review and theoretical framework. In: JUSLIN, P. N.; SLOBODA, J. A. (Orgs.). *Music and emotion: theory and research*. Oxford: Oxford University Press, 2001, p. 309-337.

JUSLIN, P. N. et al. An experience sampling study of emotional reactions to music: listener, music, and situation. *Emotion*, v. 8, n. 5, p. 668-683, 2008.

LOTMAN, I. *La semiosfera I: semiótica de la cultura y del texto*. Madri: Ediciones Cátedra, 1996.

MACHADO, I. *Escola de semiótica: a experiência de Tártu-Moscou para o estudo da cultura*. São Paulo: Ateliê, 2003.

PELLON, B. A teoria do contorno no estudo da emoção em música. In: SIMPÓSIO DE COGNIÇÃO E ARTES MUSICAIS, 4, 2008, São Paulo. *Anais do IV Simpósio de Cognição e Artes Musicais*. São Paulo: Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, USP, 2008. p. 1-7.

PROPP, V. I. *Morfologia do conto maravilhoso*. [S.l.]: Copymarket.com, 2001.

SCHERER, K. R.; ZENTNER, M. R. Emotional effects of music: production rules. In: JUSLIN, P. N.; SLOBODA, J. A. (Org.). *Music and emotion: theory and research*. Oxford: Oxford University Press, 2001. p. 361-392.

SLOBODA, J. A.; JUSLIN, P. N. At the interface between the inner and outer world. In: JUSLIN, P. N.; SLOBODA, J. A. (Org.). *Music and emotion: theory and research*. Oxford: Oxford University Press, 2001. p. 73-97.

WOODY, R. H.; MCPHERSON, G. E. Emotion and motivation in the lives of performers. In: JUSLIN, P. N.; SLOBODA, J. A. (Org.). *Music and emotion: theory and research*. Oxford: Oxford University Press, 2001. p. 401-424.